



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS
SERVICIOS DE LA SALUD**

**Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del “Policlínico
Virgen del Rosario”, Lima 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud**

AUTORA:

Br. Jazmine Peratta LLontop (ORCID: 0000-0002-1367-1087)

ASESOR:

Dr. Jacinto Joaquín Vértiz Osoreo (ORCID: 0000-0002-7606-476X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Calidad de las prestaciones asistenciales y gestión del riesgo en la salud.

Lima – Perú

2019

Dedicatoria

A nuestro Señor todopoderoso.

A mis padres y hermano por su amor, paciencia
y apoyo incondicional que me han permitido
llegar a cumplir hoy un sueño más.

Agradecimiento

A los directivos del Policlínico Virgen del Rosario por brindarme las facilidades y permitir realizar la presente investigación.

De igual manera expresar mi más sincero reconocimiento al Dr. Joaquín Vértiz quien con su enseñanza permitió el desarrollo de esta investigación.

DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): **PERATTA LLONTOP, JAZMINE**

Para obtener el Grado Académico de *Maestra en Gestión de los servicios de la Salud*, ha sustentado la tesis titulada:

IMPACTO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DEL "POLICLÍNICO VIRGEN DEL ROSARIO", LIMA 2019.

Fecha: 16 de agosto de 2019

Hora: 5:00 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dra. Juana Yris Díaz Mujica

Firma: 

SECRETARIO: Dra. Diana Amparo Anicama Ormeño

Firma: 

VOCAL: Dr. Jacinto Joaquín Vértiz Osoreo

Firma: 

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... *Aprobada por mayoría*

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....
.....
.....
.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

.....
.....
.....
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.


Declaración de autoría

Yo, **Jazmine Peratta LLontop**, estudiante de la Escuela de Posgrado, de la Maestría en Gestión de los Servicios de la Salud, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; declaro el estudio académico titulado **“Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019”** presentado, en 52 folios para obtener del grado académico de Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud, es de mi autoría

Por lo tanto, declaro lo consiguiente:

- He mencionado todas las fuentes elaboradas en el presente estudio de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente diferente de aquellas expresamente señaladas en esta investigación.
- Este estudio de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi estudio puede ser evaluado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 10 de julio del 2019



Br. Jazmine Peratta LLontop
DNI: 76674019

Presentación

Señores miembros del jurado:

Cumplimiento el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo se presenta la tesis “Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019, que tuvo de objetivo determinar el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.

El presente estudio ha sido formulado en siete capítulos, de acuerdo con el formato determinado por la Escuela de Posgrado. Mostrando así, en el capítulo I se visualiza los antecedentes y fundamentos teóricos, justificación, problema, las hipótesis, y objetivos de la investigación. En el segundo capítulo, se describe los criterios metodológicos empleados en dicha investigación y en el capítulo III, los resultados descriptivos como inferenciales. En el cuarto capítulo nos muestra la discusión de los resultados, el V las conclusiones y el VI las respectivas recomendaciones. Finalmente se presenta las referencias y los apéndices que respaldan la presente investigación.

En conclusión, la investigación nos define que existe impacto entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Lo cual significa que mientras mejor sea la calidad de servicio brindado, más alta será la fidelización del usuario.

Lima, Julio del 2019

La autora

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. Introducción	1
II. Método	8
2.1. Tipo y diseño de investigación	8
2.2. Operacionalización de variables	9
2.3. Población, muestra y muestreo	11
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	11
2.5. Procedimiento	11
2.6. Método de análisis de datos	12
2.7. Aspectos éticos	12
III. Resultados	13
3.1 Descripción de resultados	13
3.2 Resultados correlacional	17
IV. Discusión	19
V. Conclusiones	21
VI. Recomendaciones	22
VII. Referencias	23
Anexos:	
Anexo 1: Matriz de consistencia	29
Anexo 2: Instrumentos	33
Anexo 3: Validez de los instrumentos	35
Anexo 4: Matriz de datos: Excel	41
Anexo 5: Autorización	43

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz Operacional de la Variable: Calidad de atención.	9
Tabla 2. Matriz Operacional de la Variable: Fidelización del Usuario.	10
Tabla 3. Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019	13
Tabla 4. Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019 según sus dimensiones.	14
Tabla 5. Calidad de atención.	15
Tabla 6. Calidad de atención según sus dimensiones.	16
Tabla 7. Prueba de correlaciones no paramétricas de Rho de Spearman de la relación entre la calidad de servicio y la fidelización.	17
Tabla 8. Prueba de correlación no paramétrica de Rho de Spearman de la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y la fidelización del usuario.	18

Índice de figuras

Figura 1. Procedimiento de la Investigación	11
Figura 2. Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019	13
Figura 3. Fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019 según sus dimensiones.	14
Figura 4. Calidad de atención	15
Figura 5. Calidad de atención según sus dimensiones	16

Resumen

El presente estudio de investigación tiene como objetivo determinar el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019. La presente investigación tiene un enfoque: Cuantitativo - Correlacional, tipo: Básica, nivel: Descriptivo, diseño: No experimental y temporalidad: Transversal. Se optó como escenario al Policlínico Virgen del Rosario ubicado en Comas. La población está constituida por los usuarios que asisten al Policlínico en el mes de mayo del 2019, la muestra fue constituida por los usuarios que acudieron en los días de lunes a sábado, en el turno de la mañana, siendo el muestreo un total de 92 personas.

Obteniendo resultados que reportan, que del total de usuarios el 75% presentan una fidelización regular, asimismo, el 25% presentan alta fidelización. Asimismo, el 89,1% presenta alta fidelidad por cultura de la empresa, también, el 84.8% presentan alta fidelidad por experiencia del cliente, asimismo, el 85,9% presentan alta fidelidad por estrategia relacional.

Finalmente, se determinó en conclusión que existe impacto entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Lo cual significa que mientras mejor sea la calidad de servicio brindado, más alta será la fidelización del usuario.

Palabras Claves: Impacto, Calidad de Atención, Fidelización.

Abstract

This research study aims to determine the impact of the quality of care on the loyalty of users of the Virgen del Rosario Polyclinic, Lima 2019.

This research is focused: Quantitative - Correlational, type: Basic, level: Descriptive, design: Non-experimental and temporality: Transversal. The Virgen del Rosario Polyclinic located in Comas was chosen as the setting. The population is constituted by the users who attend the Polyclinic in the month of May 2019, the sample was constituted by the users who came on the days from Monday to Saturday, in the morning shift, the sampling being a total of 92 people.

Obtaining results that they report, that of the total of users 75% present a regular loyalty, also, 25% present high loyalty. Also, 89.1% have high fidelity by company culture, also, 84.8% have high fidelity by customer experience, also, 85.9% have high fidelity by relational strategy.

Finally, it was determined in conclusion that there is an impact between the quality of service and the loyalty of the users of the “Virgen del Rosario Polyclinic”, Lima 2019. Which means that the better the quality of service provided, the higher the loyalty of the user.

Keywords: Impact, Quality of Care, Loyalty.

I. Introducción

A nivel internacional se observa el esfuerzo que hacen los países para restablecer la calidad, la resiliencia de las prestaciones de salud y la ayuda de asistencia en comunidades vulnerables afectadas por conflictos (World Health Organization, 2018); todo esto con la finalidad de compartir experiencias sobre los trabajos ejecutados para perfeccionar la calidad a nivel nacional y promover soluciones innovadoras y adaptadas a la actualidad. El Laboratorio Mundial de Aprendizaje de la OMS para una calidad de servicio al usuario de nivel constituye una contribución significativa a esta iniciativa (WHO Global learning laboratory for quality UHC, 2018).

En distintos países de elevados ingresos, el 87% de los usuarios consideraban la calidad de la atención como “buena”, “muy buena” o “excelente”, y el 40% de usuarios de países americanos de ingresos regulares: Colombia, Brasil, El Salvador, México, Jamaica, y Panamá califican de la misma manera (Guanais, 2010).

Así también en Lima, el 23 % de los usuarios que fueron atendidos mostraron una mejor relación médico-paciente, teniendo al interior del país el 68 % de satisfacción del cliente en ESSALUD y del 54 % de MINSA. (García, 2016). Asimismo, los reclamos respecto a los servicios de salud desde el 2006 hasta el 2015 incrementaron en un 250% (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2006-2010.) el 320% se incrementó en la población según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) que no acude a la atención médica por demora (Rojas, 2005-2015).

Desde hace años se ha observado en el Policlínico Virgen del Rosario ubicado en el distrito de Comas, un incremento de usuarios para la atención en sus diferentes áreas, en la institución no se cuenta con la búsqueda continua de las políticas de atención, de los procedimientos y de los usuarios, siendo esencial para conservar un nivel de calidad de atención mejor que la competencia. Percibiéndose en los últimos meses un incremento de competencia en el sector, el cual generó mayor competitividad y menor producción en la institución, es por ello que esta investigación no solo se enfoca en captar solo usuarios nuevos sino también conservarlos para lograr así una fidelización con la institución.

En el Perú, las denuncias de las personas por el mal servicio que reciben en salud son pan de cada día, sin embargo, en la mayoría de estos la calidad de servicio viene siendo la misma durante años, es así que la fidelización de los clientes adquiere una especial consideración. Para evitar dicha pérdida, los servicios de salud se están preocupando por

ofrecer una atención de calidad, por conseguir que sus usuarios estén satisfechos y por alcanzar la fidelización del cliente. En ese sentido Proaño (2018) nos define que la atención de calidad es relevante, que su ausencia repercute no solamente en la eficiencia del sistema de salud o la percepción que los ciudadanos tienen de él, por lo que, literalmente puede costarles la vida. A lo opuesto, al no percibir un mejor servicio, puede ser una probable causa para desperdiciar y perjudicar las recomendaciones. En cuanto a lo citado se muestra la gran relevancia de fidelizar a los usuarios, únicamente, no es por el efecto positivo en el rendimiento económico y en el mercado de una empresa. (San Martín y Camarero citados en Cajo y Tineo, 2016). Es por esta razón que esta tesis fue realizada con el fin de desarrollar una propuesta de mejora al Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios en el Policlínico Virgen del Rosario, año 2019.

Díaz y Lloclla (2019) realizaron una observación deduciendo que la calidad de servicio es apropiada en cuanto al aspecto de las instalaciones, la calidad de instrumentos y la eficiencia en el trabajo, además los clientes indican tener confianza respecto a los trabajadores, así como también se sienten seguros, satisfechos con la atención a sus necesidades y con la flexibilidad de horarios que tiene la botica, por otro lado, existen deficiencias en la capacidad de respuesta, es decir la disponibilidad de atención y la rapidez de respuesta, se ha establecido el nivel de fidelización de clientes y se concluye que la mayor parte de clientes se consideran leales a la botica. Asimismo, Huaccha y Urrutia (2018) realizaron una investigación donde el nivel de fidelización de los pacientes de la Clínica San Lorenzo en la ciudad de Cajamarca es de 55% esto corresponde a un nivel alto ya que, en tres de cuatro dimensiones de fidelización el paciente evidencia un alto nivel de fidelización, siendo estos niveles el cognitivo, afectivo y conativo mientras que en el nivel de acción los pacientes evidencian un bajo nivel respecto a los tres primeros. De acuerdo a los resultados encontrados por Cajusol y Ortiz (2018), mediante su investigación comprobaron que la calidad del servicio afecta de forma positiva a la lealtad, en especial cuando es en términos de calidad de servicio de los elementos tangibles y la seguridad, se concluye que los usuarios de hospitales en estudio no muestran lealtad hacia su centro de salud, esto se observa debido a que la brecha es superior a la percepción en contraste con la expectativa de la lealtad, siendo que a nivel total la brecha es -2.99 a diferencia de la percepción de 2.01, por lo que la lealtad se encuentra en una cualidad negativa, dichos resultados se repiten en cada una de las dimensiones propuestas de la lealtad, con respecto a los elementos tangibles el 32% de pacientes del consultorio manifiestan en relación a esta dimensión nunca cuentan con el

equipo necesario. Se debe señalar que también hay coincidencias con Sharma (2017) que encontró en su investigación que en las instalaciones de maternidad en Uttar Pradesh, el personal que brinda atención normal del parto y el parto a menudo no estaba calificado, el maltrato a las mujeres en las instalaciones de maternidad es deficiente en la calidad de la atención y necesita una mayor atención en los debates nacionales y mundiales; indican que se necesita un esfuerzo sistemático urgente para cuantificar y mejorar la calidad de vida en el momento del nacimiento en las instituciones del sector público y privado de los estados de alta carga en la India. Asimismo, Bravo (2017) en su investigación mostró en resultado que se pudo comprobar que alrededor de la cuarta parte de los usuarios tuvo complicaciones al solicitar los servicios en las clínicas, entre las causas principales se encontró el fraude del comerciante, comunicación negativa de los beneficios y negligencia por parte de las clínicas, también el 28.95% no obtuvo contacto con la institución luego de firmar el contrato, concluyendo que la principal causa de insatisfacción del servicio ofrecido es la atención de reclamos y el deficiente servicio postventa, lo que es dificultoso para los clientes de Quevedo. Mientras que los resultados encontrados en un estudio de García (2017) determinó que la consecuencia que origina la influencia de un programa de fidelización en un usuario es absolutamente novedoso para la empresa, dado que, los estudios de esta investigación muestran un elevado porcentaje de usuarios que estarían dispuestos a comprar en una institución que les brinde beneficios y recompensas por sus adquisiciones, por lo tanto es favorable, dicho que aumentará la cartera de clientes en la compañía, aumenta la venta y facturación. Por otro lado, Ampuero (2017) realizó una investigación donde analizó que entre las variables existe una relación de grado significativo entre la calidad de servicio y la fidelización del usuario en la Clínica Oftálmica del Instituto del Distrito de San Borja, por consiguiente, en tanto mejor sea la calidad de atención que se le ofrezca al paciente se alcanzara la fidelización con los usuarios que asistan a la Clínica donde el 53.4% de pacientes encuestados manifestaron que se atendía con empatía en el momento de la atención, en lo concerniente a la fidelización los resultados pueden considerarse diferentes a los reportados por Cotes, Tapie, Cabrera y Achicanoy (2016) en su investigación se pudo observar en los resultados que los usuarios que se atendieron en el área de consulta externa tienen un alto nivel de insatisfacción al momento de solicitar el servicio, siendo la dimensión con mayor problemas hallados en los encuestados de Fiabilidad, en segundo lugar está la capacidad de respuesta deficiente que ofrece el hospital para analizar los problemas de los usuarios, en tercer lugar la Seguridad, donde el usuario del consultorio de medicina no tiene

confianza en los profesionales, ni en los procedimientos que se realizan mediante la consulta; finalmente se concluyó que existe una insatisfacción global de los usuarios que asistieron al área de consulta externa del Hospital Lorencita Villegas de Santos, de 66%. En cambio, Boza y Solano (2016) evidenció que la atención realizada en UCI HNN es de mejor calidad en lo que respecta a los cuidados del usuario, es por ello, el abordaje a la familia presenta algunas deficiencias esencialmente en el trato al usuario, es así que pocas veces se perciben las necesidades emocionales y las realidades en las familias, que de mejorar les ayudaría para una mayor comunicación con el personal de salud, incrementando la satisfacción de la atención en salud. Es por ello que coincidió con Hermida (2015) donde realizó una investigación en el cual se hallaron mayor nivel de satisfacción con el servicio global e individual, lo que se deduce en un servicio de calidad, se concluyó que la satisfacción del usuario se vincula con el trato que le brinda el personal de salud. Mientras que en los resultados del trabajo de Martínez (2015) dejaron en evidencia la existencia de una relación significativa que las variables están estrechamente relacionadas con el servicio de atención al paciente y este influye con la fidelidad de los hospitales privados de Tegucigalpa, concluyendo que existió una correlación positivamente fuerte de 0.882, con un nivel de significancia de 0.018 entre la relación del servicio de atención al paciente y la fidelidad al sector hospitalario.

Es así que, el Ministerio de Salud (2001), nos define que la calidad de la atención consiste en la ciencia y tecnología médica de tal forma que mejore los beneficios para la salud sin incrementar los riesgos por consecuencia, generar más beneficios. En cuanto al modelo SERVPERF nos ayudara a medir el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios, enfocándose solo en las percepciones de los clientes sobre el servicio brindado dentro de cinco dimensiones que son: los elementos tangibles, la empatía, la capacidad de respuesta, la seguridad y la fiabilidad.

Caruana (2014), concede datos que un aproximado 68% de clientes abandonan relacionarse a nivel comercial con una empresa por una deficiente atención reflejando una mala experiencia. De acuerdo con el estudio Global del pulso del consumidor 2014 de Accenture el 18% de los clientes de servicios de salud manifiestan que les apasiona la industria y la electrónica de consumo, pero debemos destacar que la pasión no es un sustituto no es de la lealtad, más bien un patrón en las industrias de consumo que compiten. (MacCraken y Stephan, 2016).

Cuervo (2017), Manifiesta que la fidelización es la consecuencia de diversas actividades. Previamente hay que obtener clientes, luego retenerlos y en una última etapa fidelizarlos, normalmente los captados son nuevos, relacionado con el afecto de satisfacción del usuario, con el producto o el servicio, que impacta efectivamente en la conducta del cliente. (Mendoza, 2007), éste ultimo suele cambiar dependiendo del estado de enfermedad, razón por lo cual la satisfacción es mayor generalmente en pacientes con padecimientos más agudos, que en los que presentan patologías crónicas. (Tennakoon y Zoysa, 2014).

Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), nos indica que la fiabilidad es la habilidad para efectuar la atención de manera cuidadosa y confiable, con capacidad de respuesta, decisión e intención para ayudar a los usuarios. Proporcionando una atención rauda, de seguridad con sabiduría y atención visible por los empleados y su habilidad para demostrar fiabilidad y confiabilidad, mientras que la empatía es un servicio más personalizado que ofrece la institución a los usuarios, por otro lado, los elementos tangibles son la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal e insumos de comunicación. Para ello es importante enfatizar la diferencia del concepto de retención y fidelidad, ésta segunda considerada un constructo multidimensional de mayor amplitud y más complejo que el de retención el cual es solo un indicador de la fidelización (García, 2009).

La edad o el nivel de educación y otros aspectos se relacionan con la satisfacción del paciente, por ello la medición de la misma ayuda a tomar decisiones sobre las estrategias que deban usarse (Bowling, Rowe y McKee, 2013). Cabe destacar concederle protagonismo al usuario en los procesos de la organización y el avocamiento de ésta y una atención personalizada con el objetivo de fidelizarlo (Burbano 2018).

En estos casos tal vez se trate de clientes que logran conseguir algunas ofertas y así como están con nuestra marca puede estar con otra. Por otra parte, Neetwork Business School (2019) en dicha investigación nos indica que la fidelización de clientes consiste fundamentalmente en alcanzar que el cliente retorne para realizar la compra de un producto o servicio, convirtiéndose así, en un consumidor frecuente, en efecto de esta herramienta se lograría desarrollar la competitividad de las empresas. Del mismo modo nos indica que la fidelización es la retención de los usuarios nuevos de una empresa, la fidelidad refleja la lealtad de éstos mediante la reincidencia de sus compras para satisfacer sus necesidades. No obstante, Argudo (2018) nos manifiesta que la fidelización incorpora las estrategias y acciones que conduce la empresa para lograr fidelizar a los usuarios durante un tiempo

prolongado, de tal manera que regresen en el futuro desde las clásicas tarjetas de fidelización hasta las más modernas estrategias de marketing que se interesan por el bienestar de los usuarios y la sociedad.

Asimismo, Alcaide (2015), nos dice que todo esfuerzo para la fidelización de los clientes debe basarse en tres pilares esenciales los cuales son: la cultura de la organización, la experiencia del usuario y la estrategia relacional, de manera que la cultura de la empresa nos indica que en toda empresa el usuario es el elemento esencial para la gestión de todas sus áreas y así satisfacer las necesidades del usuario, por consiguiente, la experiencia del cliente nos muestra que no es apreciable que el servicio sea cedido al usuario de forma considerada, sino, que la experiencia del usuario con la institución sea recordada con regocijo, y así será recomendada a sus familiares, amistades, conocidos entre otros, por último, la estrategia relacional nos describe a la visión global que concierne a todos los lazos que constituyen las empresas y sus clientes.

De tal modo la justificación de la presente investigación es considerable porque nos concederá notar el impacto de la calidad de atención brindada según la adaptación del modelo SERVPERF, que se encuentra ubicado en el distrito de Comas en el mes de mayo del 2019, detallando las dimensiones de tangibilidad, empatía, capacidad de respuesta, seguridad y fiabilidad, que otorgan hallar la influencia sobre la fidelización de los usuarios de dicha institución. Los resultados de la investigación concederán mostrar la realidad con modelos teóricos del impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios. Esta investigación tiene por finalidad determinar el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, 2019, por lo cual lograremos notar que tan fidelizados están los usuarios luego de recibir los servicios que les brinda en el Policlínico, y estos resultados ayudarán a los directivos para implementar propuestas de intervención y estrategias necesarias para mejorar la calidad del servicio brindado a los usuarios. En la metodología del estudio se empleó un cuestionario de calidad de servicio conteniendo 17 ítems, y un cuestionario de fidelización del usuario conteniendo 15 ítems empleado en el modelo SERVPERF indicado por Cronin y Taylor. Se efectúa en un enfoque cuantitativo, por lo que utiliza la recolección y análisis de datos para responder al problema de la investigación, inclusive se usó métodos estadísticos para concluir las hipótesis. Se muestra diversas teorías de calidad de atención y fidelización de los usuarios que ampara lo

importante de ofrecer calidad de servicio respetando cada una de las dimensiones para alcanzar la fidelización a los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario.

De esta manera el problema se formula así, teniendo el problema general:

¿Cuál es el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?; Considerando los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?; ¿Cuál es el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?, ¿Cuál es el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?, ¿Cuál es el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?, ¿Cuál es el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?. Dentro de ello el Objetivo general es determinar el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019. Siendo los objetivos específicos los siguientes: Conocer el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Conocer el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Conocer el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Conocer el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Conocer el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019. En su continuidad mostramos la Hipótesis general: Existe el impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019. Señalamos ahora las Hipótesis Específicas: Existe el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Existe el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Existe el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Existe el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019; Existe el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.

II. Método

2.1. Tipo y diseño de investigación:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la actual investigación es de enfoque Cuantitativo, por que analiza datos numéricos, emplea herramientas estadísticas y es Correlacional ya que en la presente investigación se asocian las variables, permitiendo predicciones; de tipo básica, ya que aporta al conocimiento científico, formando novedosas teorías o transformando las que ya existen. Siendo el nivel de estudio descriptivo porque es aquel donde se detalla la información y diferentes realidades de los usuarios o fenómeno en investigación enfocándose en la realidad, este nivel responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo. A su vez el diseño es no experimental, porque no hay manipulación de variables; Finalmente la temporalidad es transversal, ya que se realiza en un lapso de tiempo corto, describiendo las variables en un momento determinado.

2.2. Operacionalización de Variables:

Tabla 1.

Matriz Operacional: “Calidad de atención”.

Dimensiones	Indicadores	Items	Escalas	Nivel	Rango Dimensiones	Rango General
Elementos Tangibles	✓ Infraestructura			Bajo	4 – 9	
	✓ Equipamiento			Regular	10- 14	
	✓ Recursos Materiales	1 – 4	Ordinal: (1) Totalmente desacuerdo.	Bueno	15 – 20	
	✓ Recursos Humanos		(2) En			Bajo
Empatía	✓ Carisma		Desacuerdo.	Bajo	3 – 6	(17 - 39)
	✓ Amabilidad	5 – 7	(3) Ni de acuerdo, Ni desacuerdo.	Regular	7 – 11	
	✓ Contagio emocional		(4) De acuerdo	Bueno	12 – 15	Regular (40 - 62)
Capacidad de respuesta	✓ Capacidad técnica	8 – 10	(5) Totalmente de acuerdo.	Bajo	3 – 6	
	✓ Voluntad del personal			Regular	7 – 11	Bueno
	✓ Atención efectiva			Bueno	12 – 15	(63 - 85)
Seguridad	✓ Credibilidad			Bajo	3 – 6	
	✓ Veracidad	11- 13		Regular	7 – 11	
	✓ Honestidad			Bueno	12 – 15	
Fiabilidad	✓ Horario de atención			Bajo	4 – 9	
	✓ Respeto a la privacidad	14 -17		Regular	10- 14	
	✓ Cumplimiento			Bueno	15 – 20	
	✓ Registro de datos					

Tabla 2.

Matriz Operacional: “Fidelización del Usuario”.

Dimensiones	Indicadores	Items	Escalas	Nivel	Rango Dimensiones	Rango General
Cultura de la empresa	✓ Tiempo de espera			Bajo	4 – 9	
	✓ Servicios ofrecidos	1 – 4	Ordinal: (1)	Regular	10- 14	
	✓ Compromiso Ético y Profesional.		Totalmente desacuerdo.	Alto	15 – 20	Bajo
	✓ Tratamiento adecuado.		(2) En desacuerdo.			(15 - 34)
			(3) Ni de acuerdo, Ni desacuerdo.			
Experiencia del Cliente	✓ Proceso de Atención	5 – 8	(4) De acuerdo	Bajo	4 – 9	Bueno
	✓ Calidad de servicio		(5)	Regular	10- 14	(56 - 75)
	✓ Confianza		Totalmente de acuerdo.	Alto	15 – 20	
	✓ Sugerencias					
Estrategia Relacional	✓ Recomendación	9 – 15		Bajo	7 – 16	
	✓ Incentivos			Regular	17 – 25	
	✓ Medios digitales			Alto	26 – 35	
	✓ Participar en encuestas					
	✓ Seguimiento					
	✓ Cubre las necesidades					
	✓ Retorno de atención					

2.3. Población, muestra y muestreo:

Se optó como escenario para la realización de la investigación al Policlínico Virgen del Rosario ubicado en el Distrito de Comas, ya que es considerado un área donde se puede lograr información notable que ayude a cumplir los propósitos del estudio.

- a. Población: La población estuvo constituida por los usuarios que asistieron al policlínico Virgen del Rosario en el mes de mayo del 2019.
- b. Muestra: Fueron los usuarios que acudieron al Policlínico en los días de lunes a sábado, en el turno de la mañana.
- c. Muestreo: Es no probabilístico, siendo un total de 92 personas.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:

En la actual investigación para que se determine las variables, se empleó la siguiente técnica: La encuesta.

El proceso de validez y confiabilidad de desarrollo a través del proceso estadístico denominado Alfa de Cronbach y la validación a través de juicio de expertos.

2.5. Procedimiento:

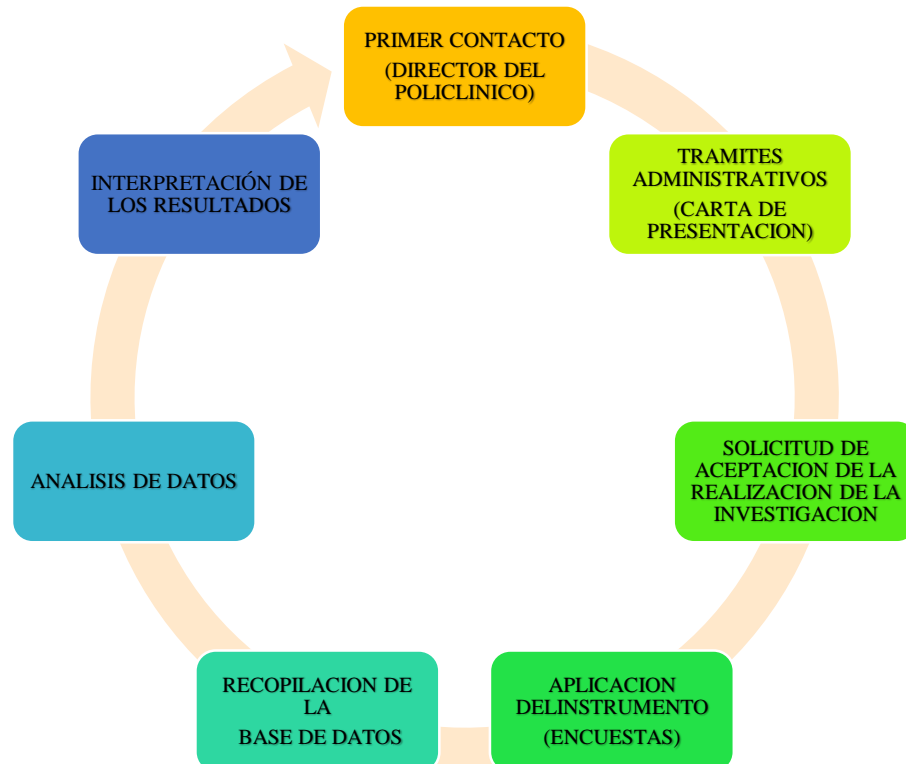


Figura 1. Procedimiento de la Investigación

2.6.Método de análisis de datos:

El método de recaudación de datos se efectuó de la manera siguiente:

Se comenzó solicitando a la directora del Policlínico el permiso respectivo para la aplicación de las encuestas en su institución, por consiguiente, se le hizo entrega de la carta de presentación, luego se recibió la solicitud de aceptación para realizar la investigación. Por esa razón se procedió con la toma de datos con los instrumentos cumpliendo las indicaciones respectivas. Para dicho instrumento tomó un tiempo estimado de 8 minutos para ser reconocido por los usuarios del Policlínico. A consecuencia, con la información adquirida se elaboró los datos, es así que se establecieron los valores según las escalas dadas y se realizó el análisis para así realizar conclusiones, recomendaciones y de así realizar el resultado final.

Para el presente estudio los datos obtenidos se utilizaron estadística descriptiva, el cual fueron representados a través de figuras estadísticas. En primer lugar, se realizó la organización y ordenar los datos recopilados en base de información, consecuentemente se analizó utilizando el software SPSS versión 25, que nos ayudó a evidenciar el porcentaje de incidencias de las conclusiones obtenidas. La interpretación de la investigación se realizó mediante los valores del coeficiente Rho de Spearman, se realizó la distribución basada en Hernández, Fernández y Baptista (2014).

2.7.Aspectos éticos:

Esta investigación proporciona respetar los derechos humanos de los usuarios garantizándola confidencialidad de la información, sin adulteraciones.

Los cuestionarios realizados a los usuarios fueron anónimos, la ética nos dirige a la búsqueda de la verdad, establecido en un comportamiento honesto y comprendiendo el carácter relativo de la verdad, con lo cual se certifica que los resultados corresponden a los que se investigaron y que no son objetos de manipulación, orientada hacia el respeto de los usuarios involucrados en el proceso, por lo que se guarda estricta confidencialidad, protegiendo la integridad de los usuarios. También nos comprometemos a brindar estricta rigurosidad y respeto en la metodología del presente estudio.

Finalmente, se muestra el desenlace de la investigación avalando la idoneidad, la honestidad e imparcialidad en todo el proceso de la investigación, especialmente en los datos en beneficio para todos.

III. Resultados

3.1. Descripción:

Tabla 3.

Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0
Regular	69	75,0
Alto	23	25,0
Total	92	100,0

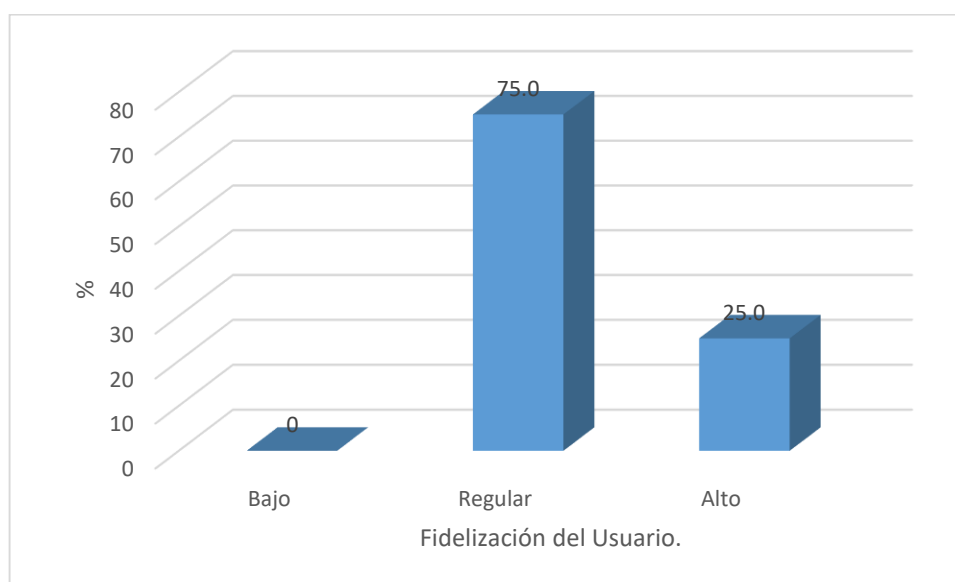


Figura 2. Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019

De la tabla 3 se aprecia que del total de usuarios el 75% presentan una fidelización regular, asimismo, el 25% presentan alta fidelización.

Tabla 4.

Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019 según sus dimensiones.

	Cultura de la empresa		Experiencia del Cliente		Estrategia Relacional	
	n	%	N	%	n	%
Bajo	0	0	0	0,0	7	7,6
Regular	10	10,9	14	15,2	79	85,9
Alto	82	89,1	78	84,8	6	6,5
Total	92	100	92	100,0	92	100,0

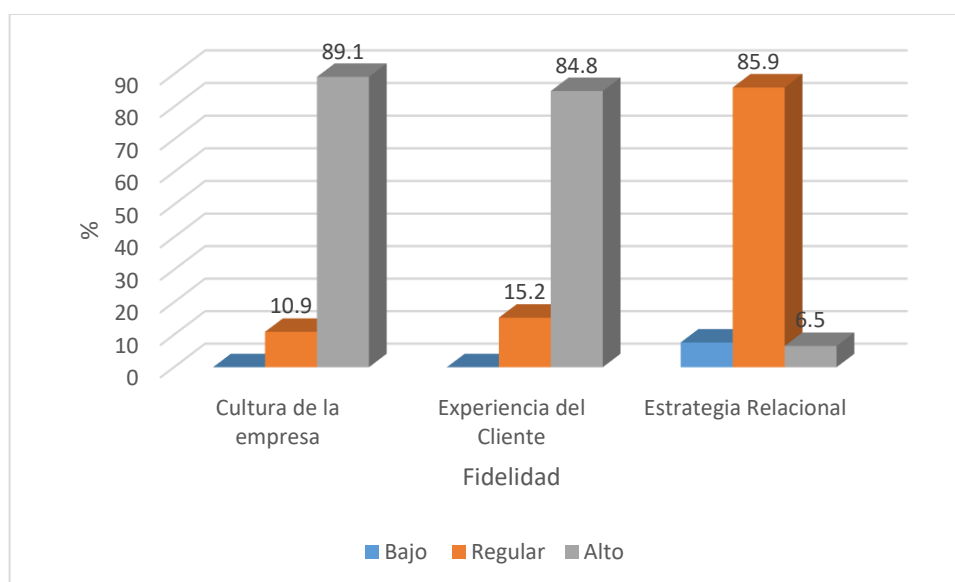


Figura 3. Fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019 según sus dimensiones.

De la tabla 4 se aprecia que del total de usuarios el 89,1% presenta alta fidelidad por cultura de la empresa, también, el 84.8% presentan alta fidelidad por experiencia del cliente, asimismo, el 85,9% presentan alta fidelidad por estrategia relacional.

Tabla 5.

Calidad de atención.

	Frecuencia	Porcentaje
Baja	0	0
Regular	56	60,9
Bueno	36	39,1
Total	92	100,0

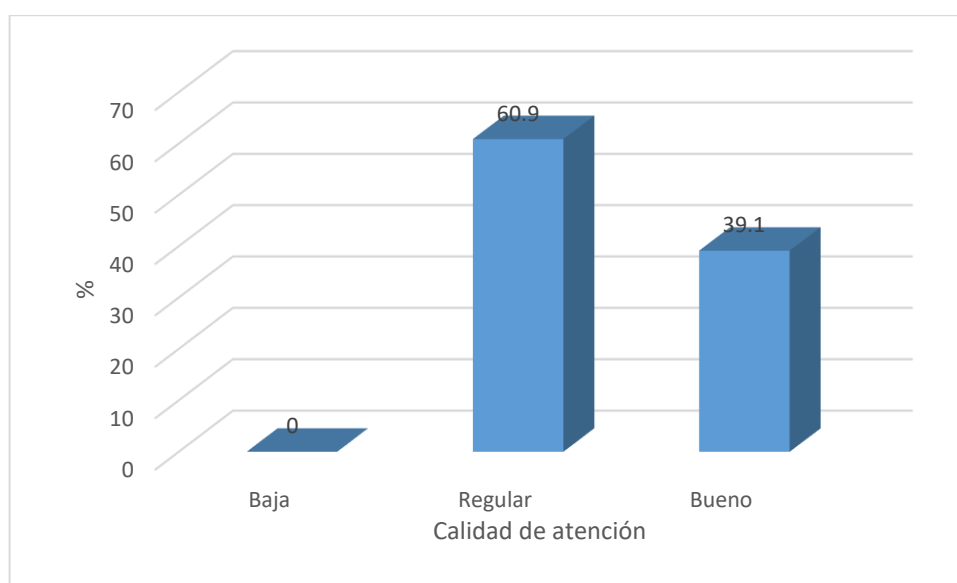


Figura 4. Calidad de atención

De la tabla 5 se aprecia que del total de usuarios el, 60,9% consideran regular la calidad de atención, mientras que el 39,1% consideran bueno la calidad de atención.

Tabla 6.

Calidad de atención mediante dimensiones.

	Elementos		Capacidad							
	Tangibles		de respuesta		Empatía		Seguridad		Fiabilidad	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Bajo	48	52,2		0,0		0,0		0,0		0,0
Regular	42	45,7	36	39,1	14	15,2	71	77,2	6	6,5
Bueno	2	2,2	56	60,9	78	84,8	21	22,8	86	93,5
Total	92	100,0	92	100,0	92	100,0	92	100,0	92	100,0

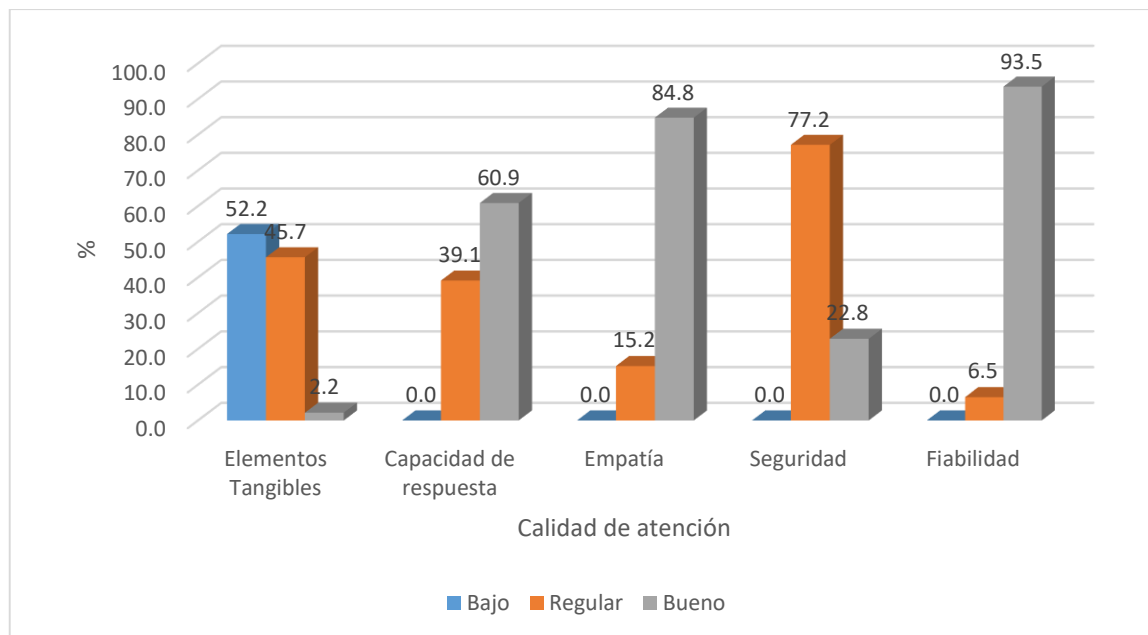


Figura 5. Calidad de atención según sus dimensiones

En la tabla 6 se aprecia que, la totalidad de usuarios, el 52,2% considera baja la calidad en los elementos tangibles; el 60,9% considera bueno la calidad de atención sobre la capacidad de respuesta, asimismo, el 84,8% opina ser buena la calidad de atención respecto a empatía, mientras que el 77.2% considera regular la calidad de atención sobre la seguridad, del mismo modo el 93,5% considera bueno la calidad respecto a la fiabilidad.

3.1. Resultados correlacionales:

3.1.1. Hipótesis general:

Ho: No existe impacto entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019.

H1: Existe impacto entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019.

Nivel de significación 0,05

Estadístico de prueba: Rho Spearman,

Tabla 7.

Prueba de correlación no paramétrica de Rho de Spearman de la relación entre la calidad de servicio y la fidelización del usuario.

Correlaciones				
			Fidelización del Usuario	Calidad de atención
Rho de Spearman	Fidelización del Usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,455**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	92	92
	Calidad de atención	Coeficiente de correlación	,455**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	92	92

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Regla de decisión

Rechazar Ho si $\text{sig} < 0,05$

En la tabla 7 se observó que, dado que $\text{sig} = 0,000 < 0,05$ rechazar Ho es decir aceptar H1: Existe relación entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Asimismo, existe correlación baja (0.455) en relación a la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

Tabla 8.

Prueba de correlación no paramétrica de Rho de Spearman de la relación entre las dimensiones de la calidad de servicio y la fidelización del usuario.

			Fidelización del Usuario	D1: Elementos Tangibles	D2: Empatía	D3: Capacidad de respuesta	D4: Seguridad	D5: Fiabilidad
Rho de Spearman	Fidelización del Usuario	Coeficiente de correlación	1,000	,460**	,112	,312**	,392**	,128
		Sig. (bilateral)	.	,000	,286	,003	,000	,223
		N	92	92	92	92	92	92
	D1: Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	,460**	1,000	-,127	,109	,351**	,080
		Sig. (bilateral)	,000	.	,229	,302	,001	,450
		N	92	92	92	92	92	92
	D2: Empatía	Coeficiente de correlación	,112	-,127	1,000	,253*	-,144	,256*
		Sig. (bilateral)	,286	,229	.	,015	,171	,014
		N	92	92	92	92	92	92
	D3: Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,312**	,109	,253*	1,000	,030	,088
		Sig. (bilateral)	,003	,302	,015	.	,774	,406
		N	92	92	92	92	92	92
	D4: Seguridad	Coeficiente de correlación	,392**	,351**	-,144	,030	1,000	-,172
		Sig. (bilateral)	,000	,001	,171	,774	.	,100
		N	92	92	92	92	92	92
	D5: Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,128	,080	,256*	,088	-,172	1,000
		Sig. (bilateral)	,223	,450	,014	,406	,100	.
		N	92	92	92	92	92	92

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Se observó que solamente los contrastes entre las dimensiones D1: Elementos Tangibles, D3: Capacidad de respuesta y la D4: Seguridad, con la variable fidelización del usuario tuvieron valores de significancia menores de 0.05, lo que permite rechazar esas hipótesis nulas señalando que si hay relación entre esas variables con la variable Fidelización del usuario, observando que en todos esos contrastes el valor del coeficiente de correlación fue positivo aunque de nivel bajo ($rd1 = 0,460$; $rd3 = 0,312$; $rd4 = 0,392$ respectivamente), lo que permite concluir que a medida que aumenta las condiciones de los elementos tangibles, la capacidad de respuesta y la seguridad, entonces aumenta la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Por otra parte, no hubo relación entre las dimensiones Empatía y Fiabilidad no se relacionan con la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019.

IV. Discusión

Nuestros resultados reportan que del total de usuarios el 75% presentan una fidelización regular, y el 25% presentan alta fidelización. Asimismo, el 89,1% presenta alta fidelidad por cultura de la empresa, también, el 84,8% presentan alta fidelidad por experiencia del cliente, asimismo, el 85,9% presentan alta fidelidad por estrategia relacional, estos resultados se aproximan a la investigación del 2018 donde Huaccha y Urrutia en su investigación el nivel de la fidelización de los usuarios de la Clínica San Lorenzo ubicado en Cajamarca es de 55% esto corresponde a un nivel alto ya que, en tres de cuatro dimensiones de fidelización el paciente evidencia un alto nivel de fidelización, siendo estos niveles el cognitivo, afectivo y conativo mientras que en el nivel de acción los pacientes evidencian un bajo nivel respecto a los tres primeros.

En cuestión a la primera dimensión, el 52,2% considera baja la calidad en los elementos tangibles; coincidiendo con los autores Cajusol y Ortiz (2018) que refiere en su investigación que el 32% de pacientes del consultorio manifiestan en relación a esta dimensión nunca cuentan con el equipo necesario, afirmando así que la infraestructura, el equipamiento, los recursos materiales y humanos son importantes para los usuarios; en la segunda dimensión el 84,8% opina que es bueno la calidad de atención respecto a la empatía, obteniendo resultado similar al autor Ampuero (2017) donde el 53,4% de pacientes encuestados manifestaron que en la Clínica se atendía con empatía en el momento de la atención confirmando así que para fidelizar al paciente es ideal que los que brindan el servicio posean carisma, amabilidad y contagio emocional. Con respecto a la tercera dimensión el 60,9% considera bueno la calidad de atención sobre la capacidad de respuesta, acercándose a los resultados de Horna (2018) con un 98,5%, de la misma dimensión, en la cual se considera necesaria la capacidad técnica, voluntad del personal y atención efectiva. En la cuarta dimensión el 77,2% considera regular la calidad de atención sobre la seguridad, asemejándose al resultado de Redhead (2015) donde el 62% de investigados considera que la seguridad es de nivel regular, para ello el cliente debe percibir credibilidad, veracidad y honestidad. Finalmente, en la quinta dimensión el 93,5% considera bueno la calidad respecto a la fiabilidad con un valor cercano a Siadén (2016) donde la fiabilidad fue de 71,42 valorando el horario de atención, respeto a la privacidad, cumplimiento y registro de datos.

De la misma manera se demuestra que existe relación entre la calidad de servicio y fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Asimismo

existe correlación alta (0.96) en medio de la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019, en efecto encajan con el estudio de Martínez (2015) evidenciaron la existencia de una relación significativa que las variables están estrechamente relacionadas con el servicio de atención al paciente y este influye con la fidelidad de los hospitales privados de Tegucigalpa, concluyendo que existió una correlación positivamente fuerte de 0.882, con un nivel de significancia de 0.018 entre la relación del servicio de atención al paciente y la fidelidad al sector hospitalario.

Asimismo, los resultados de la presente investigación reportan que existe correlación alta (0.69) entre elementos tangibles y la fidelización, del mismo modo, existe correlación baja (0.28) de por medio la empatía y la fidelización de los usuarios, de la misma manera existe correlación moderada (0.48) en medio de la capacidad de respuesta y la fidelización de los usuarios. Igualmente existe correlación moderada (0.54) entre la seguridad y la fidelización de los usuarios. También los resultados reportan que existe correlación moderada (0.46) entre la fiabilidad y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Estos resultados coinciden con Boza y Solano (2016) que evidenció que el cuidado realizado en UCI HNN es de mejor calidad para los usuarios. Del mismo modo, los resultados se aproximan a la investigación de Hermida (2015) quien concluyó que la satisfacción del usuario se vincula con el trato que le brinda el personal de salud. Mientras que en los resultados del trabajo de Martínez (2015) dejaron en referencia la existencia de una relación significativa que las variables están estrechamente relacionadas con el servicio de atención al paciente y este influye con la fidelidad de los hospitales privados de Tegucigalpa, concluyendo que existió una correlación positivamente fuerte de 0.882, con un nivel de significancia de 0.018 entre la relación del servicio de atención al paciente y la fidelidad al sector hospitalario.

V. Conclusiones

- Primera:** En concordancia al objetivo general trazado para el presente estudio, se llegó a concluir que, Existe impacto entre la calidad de servicio y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. El cual representa que la calidad de servicio brindado sea mucho mejor, más será la fidelización del usuario y así se aumentará de forma positiva.
- Segunda:** En concordancia al primer objetivo específico programado en la investigación se llegó a la determinación que, Existe impacto entre los elementos tangibles y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019, es decir, mientras la tangibilidad sea mejor, la fidelización del usuario será más alta.
- Tercera:** En cuanto al segundo objetivo específico programado en el presente estudio se finalizó que, Existe impacto entre la empatía y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019, es decir, si la empatía es mayor, la fidelización del usuario será más alta.
- Cuarta:** En relación al tercer objetivo específico programado en la presente investigación, se concluye que Existe impacto entre la capacidad de respuesta y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Lo cual significa que, si la respuesta es más efectiva y rápida, los usuarios estarán más fidelizados.
- Quinta:** En tanto al cuarto objetivo específico programado en el presente estudio. Se concluye que Existe impacto entre la seguridad y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Es decir, mientras la institución inspire mayor seguridad, la fidelización de los usuarios será más alta.
- Sexta:** Asimismo al quinto objetivo específico en la presente se detalla que Existe impacto entre la fiabilidad y la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019. Es decir, si la fiabilidad es mayor, a fidelización del usuario también aumentará en un impacto positivo.

VI. Recomendaciones

- Primera:** A la Institución, determinar el nivel de la calidad de servicio constantemente, sumando a esto, investigaciones que conozcan mejor a los usuarios y sus exigencias. Asimismo, que el Policlínico este en vanguardia, teniendo equipos, recursos materiales modernos y gran recurso humano a la vanguardia, así también una infraestructura que sea moderna y cómoda.
- Segunda:** A los directivos de la Institución, deben mejorar su política sobre la estrategia relacional, puesto que esta dimensión presenta una puntuación menor por parte de los usuarios, haciendo que del total de porcentaje en la fidelización disminuya.
- Tercera:** A los trabajadores del Policlínico Virgen del Rosario, sostener un trato humano, al igual que, una atención agradable y positiva con los usuarios, evitando disgustos y brindando así un mejor trato.
- Cuarta:** A los futuros investigadores, fomentar más trabajos de investigación que guarden relación con el tema, aplicando nuevos instrumentos de recolección de información con mayor detalle que consideren indicadores diferentes, como, por ejemplo, rescatar el tiempo que lleva acudiendo a la Institución.

VII. Referencias

- Alcaide, J. (2015). Fidelización de clientes (Segunda edición ed.) Esic, Editorial, España.
- Ampuero, C. (2017). “Calidad del servicio Y Fidelización del paciente en la Clínica oftálmica Instituto de la Visión en el Distrito De San Borja 2016” (Tesis de Titulación), Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú.
- Argudo, J. (2018). ¿Qué es la fidelización de clientes y cómo mejorarla? Obtenido:https://www.joseargudo.com/fidelizaciondeclientes/?fbclid=IwAR3bVoYqICVEAYvuy8y0lt00LNREe9IC9f1ko8NccH12plppY_uNx9oPE4.
- Boza, R. y Solano, E. (2016). “Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños durante febrero y marzo del año 2016” (Tesis de maestría) Universidad Estatal a Distancia Sistema de Estudios de Posgrado, San José Costa Rica.
- Bowling, A., Rowe, G. y McKee, M. (2013). Patients’ experiences of their healthcare in relation to their expectations and satisfaction: a population survey; Journal of the Royal Society of Medicine.
- Bravo, S. (2017). Marketing de Servicio que permita la Fidelización de los Clientes de la Empresa de Medicina prepagada Salud S.A. en la ciudad de Quevedo (Tesis de titulación), Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.
- Burbano, A. (2018). Relationship marketing and customer loyalty, Ciencias económicas y empresariales, Artículo original, Polo del Conocimiento (Edición núm. 22) Vol. 3, No 8.
- Cajusol, S. y Ortiz, F. (2018). Calidad de servicio y su Influencia en el grado de lealtad de los usuarios de dos Hospitales Públicos del Departamento de Lambayeque; (Tesis de maestría), Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Escuela de posgrado, Perú.
- Caruana, A. (2014). Corporate Reputation, Customer Satisfaction, & Customer Loyalty: What is the Relationship? Minnesota: University of Minnesota.
- Cotes, Z., Tapie, S. y Cabrera, E. (2016). Calidad de la atención médica en el servicio de consulta externa desde la perspectiva de los usuarios del Hospital Lorencita Villegas de Santos E.S.E. primer trimestre del 2016 (Tesis de Especialización) Universidad CES Medellín Samaniego, Colombia.

- Cuervo, S. (2017). Fidelización de clientes en la era digital, artículo original, ESAN, Abril, Perú. Obtenido: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/04/19/fidelizacion-de-clientes-en-la-era-digital/>.
- Donabedian, A. (1919-2000). Calidad, cobertura y acceso en el primer nivel. (Diapositivas de Power Point).
- García, C. (2017). Programas de fidelización para incrementar las ventas en las Mypes del sector Retail en Lima (Tesis de titulación), Universidad Nolbert Wiener; Perú.
- García, B. (2009). Los programas de fidelización de clientes en establecimientos detallistas: un estudio de su eficacia”, Tesis Doctoral. Universidad de Valladolid, Programa Doctoral en Ciencias Económicas y Empresariales. Valladolid.
- García, R. y Galvez, N. (2016). Calidad de Atención Asociada a la Satisfacción del Usuario Externo en los Establecimientos Asistenciales de Salud, Minsa.Essalud, Chongoyape-Perú. Rev. Tzhoeoen.
- Gerard, L. et al. (2016). The patient, the doctor, and the patient’s loyalty: a qualitative study in French general practice, British journal of general practice, published online. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5072919/>.
- Guanais, F. (2010). Patient empowerment can lead to improvements in health-care qualities, Boletín de la Organización Mundial de la Salud. Obtenido en: <https://www.who.int/bulletin/volumes/95/7/17-030717.pdf>.
- Hermida, D. (2015). Satisfacción de la Calidad de atención brindada a los usuarios de la consulta externa del Centro de Salud N° 2 (Tesis de maestría), Universidad de Cuenca, Facultad de ciencias médicas posgrado, Ecuador.
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). Definición del alcance de la investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo, Metodología de la Investigación, págs. 88-101, México.
- Horna, I. (2018). Calidad de servicio y fidelización del usuario externo del Instituto Peruano de Neurociencias, (Tesis de maestría), Universidad Cesar Vallejo, Perú.
- Huaccha, E. (2018). Nivel de fidelización de los pacientes de la Clínica San Lorenzo S.R.L. en la ciudad de Cajamarca, 2018. (Tesis de titulación), Universidad de Cajamarca UPAGU; Perú.

- Ibarra, L. y Casas, E. (2014). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración* 60 (1), 229-260.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (2011). *Protección al consumidor, Compendio estadístico institucional 2006-2010*. Lima: Indecopi, p. 26.
- Ivanauskiene, N., y Volungenaite, J. (2014). Relations between service quality and customer loyalty: An empirical investigation of retail Chain Stores in emerging markets; *Americal International Journal of Social Science*.
- Larrea, J. (2016). Calidad de servicio de la consulta externa de medicina interna en el Hospital Central de la Fuerza Aérea del Perú durante Setiembre – Noviembre 2015, Perú. Disponible en <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/452>
- MacCraken, J. y Stephan, L. (2016). Patient engagement, think your patients are loyal? Think again, *accenture consulting*. Obtenido en: https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-33/accenture-think-your-patients-are-loyal.pdf#zoom=50.
- Malca, E. y Lloclla, Ch. (2017). Calidad de servicio para fidelizar al cliente externo de la botica Econosalud, Chiclayo, (Tesis de titulación), Universidad Señor de Sipán, Perú.
- Martínez, Z. (2015). Relación del Servicio de Atención al Paciente con la Fidelidad al Sector Hospitalario Privado de Tegucigalpa, (Tesis de maestría) Universidad Nacional Autónoma de Honduras Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas (POSFACE), Honduras.
- Mendoza, E. (2007). Critical success factors for a customer relationship management, strategy. *Information and Software Technology*. Vol. 49. pp. 917.
- Ministerio de Salud (2001), Sistema de gestión de la Calidad diapositivas RM no 768-2001.sa/dm del 20/12/01). Disponible:<ftp://ftp2.minsa.gob.pe/descargas/dgsp/.../decs/Sistema%20de%20Calidad%20Minsa.ppt>
- Motta, I. (2014). Marketing on the Go, Revista.

- Nariño, Z. Et al. (2016). Calidad de la atención médica en el servicio de consulta externa desde la perspectiva de los usuarios del Hospital Lorencita Villegas de Santos E.S.E. primer trimestre del 2016 Samaniego, (Tesis de especialidad), Universidad Mariana Pasto facultad de medicina, Colombia.
- Proaño, A. (2018). La mala calidad de la atención de salud mata (Artículo original), El Caribe. Disponible en <https://blogs.iadb.org/salud/es/la-mala-calidad-de-la-atencion-de-salud-mata/>.
- Quijano, V. (2003). Calidad en el servicio al cliente.2003. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-cliente/>
- Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿Otra alternativa? Sinapsis (9), 1, 59 - 63. Disponible en: file:///C:/Users/JAZMINE/Downloads/Dialnet-ServqualOServperf-6172070%20(1).pdf.
- Redhead, R. (2015). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau distrito de Chaclacayo 2013. (Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos) Lima, Perú.
- Reinares, P. y Calvo, S. (1999). Una aproximación a las aplicaciones del marketing relacional en la empresa. (Ponencia Congreso Hispano-Francés) Universidad Europea de Madrid. Recuperado el 05 de mayo de 2017 de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565042.pdf>.
- Rodríguez, N. y Caballero, K. (2013). Calidad de Atención, desde la perspectiva del usuario en el Centro de Diagnóstico Terapéutico del Hospital San Juan de Dios 2013 (Tesis de Licenciatura) Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago, Chile.
- Rojas, B. (2016). Características de la población peruana que no busca atención médica por deficiencias de la calidad de atención en salud en el periodo 2005-2015 (Tesis de maestría), UNMSM; Perú.
- Ruiz, R. (2017). Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016. (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo) Lima, Perú.
- Sánchez, S. (2017). La Fidelización de Clientes, Estrategias de éxito sobre cómo convertir a tus clientes en clientes habituales, y que recomienden tu marca a toda su red de

contactos, artículo original, Colombia.
Obtenido:<https://www.puromarketing.com/14/28784/fidelizacionclientes.html>.

- Sáenz, C. (2016). Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños durante febrero y marzo del año 2016, (Tesis para maestría), Universidad Estatal a Distancia Sistema de Estudios de Posgrado Escuela de Ciencias Exactas y Naturales, Ecuador.
- San Martin, G., y Camarero, I. (2012). Los determinantes de la confianza del comprador online. Editorial AEMARK, España.
- Siaden, T. (2016). Calidad de atención en la consulta externa del Hospital de San Juan de Lurigancho 2016. (Tesis de maestría) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Sharma, G. (2017). An Investigation into Quality of Care at the Time of Birth at Public and Private Sector Maternity Facilities in Uttar Pradesh, India, (Tesis doctoral) Escuela de Higiene y Medicina tropical de Londres.
Obtenido:<https://researchonline.lshtm.ac.uk/4646087/1/FINAL%20PhD%20thesis%20SHARMA%20G%20.pdf>.
- Spaight, S. (2018). How to build loyalty and retain patients for your healthcare system, hospital review. Obtenido en: <https://www.beckershospitalreview.com/patient-engagement/how-to-build-loyalty-and-retain-patients-for-your-healthcare-system.html>.
- Torres, S. y Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis Compendium, Revista científica, vol. 18, pp. 57-76.
- Tennakoon, T. y Zoysa, S. (2014). Patient satisfaction with physiotherapy services in an Asian country: A report from Sri Lanka. Hong Kong Physiotherapy Journal vol. 32
- Urriago, M. (2012). Calidad de la atención en salud. Percepción de los usuarios. Cali, Valle del Cauca, Hospital Universitario del Valle, HUV, “Evaristo García”, ESE. Colombia.
- Vu Minh, N., y Huan Huu, N. (2016). The relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty: An investigation in Vietnamese Retail Banking Sector, Journal of Competitiveness.

World Health Organization (2018). Global learning laboratory for quality UHC, Genova.

Disponible en: <http://www.who.int/servicedeliverysafety/areas/qhc/gll/en/>.

World Health Organization (2018). Quality in primary health care. Technical series on primary health care, Genova. Disponible en: http://www.who.int/docs/default-source/primary-health-care-conference/quality.pdf?sfvrsn=96f411e5_2.

Zafra, J., Veramendi, L. y Villa, N. (2015). Problemas en la calidad de atención en salud: oportunidad de mejora.

Disponible: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-55832015000200017.

Zeithaml, V., Bitner, M. y Gremler, D. (2009). Marketing Service, Editorial McGrawHill Interamericana, quinta edición, México.

Anexo 1: Matriz De Consistencia

Título: Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019

Autor: Peratta Llontop, Jazmine

[illegible]

				Fiabilidad	Horario de atención Respeto a la privacidad Cumplimiento Registro de datos	14 - 17		
Preguntas Específicas	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Dimensiones	Indicadores De V.D.	Ítems	Escalas	Rangos
¿Cuál es el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?	Conocer el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.	<p>H1: Existe el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019</p> <p>HO: No existe el impacto de la tangibilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019</p>	Fidelización del Usuario	Cultura de la empresa	<p>Tiempo de espera</p> <p>Servicios ofrecidos</p> <p>Compromiso Ético y Profesional.</p> <p>Tratamiento adecuado.</p>	1 – 4	<p>Ordinal:</p> <p>1. Totalmente desacuerdo</p> <p>2. En Desacuerdo</p> <p>3. Ni de acuerdo, Ni desacuerdo.</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>	<p>BAJO (15 - 34)</p> <p>REGULAR (35 - 55)</p> <p>BUENO (56 – 75)</p>
¿Cuál es el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen	Conocer el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico	<p>H2: Existe el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.</p>		Experiencia del Cliente	<p>Proceso de Atención</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Confianza</p> <p>Sugerencias</p>	5 – 8		

del Rosario, Lima 2019?	Virgen del Rosario, Lima 2019.	<p>HO: No existe el impacto de la empatía en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019</p> <p>H3: Existe el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.</p> <p>HO: No existe el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.</p> <p>H4: Existe el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019</p> <p>HO: No existe el impacto de la seguridad en la</p>		Estrategia Relacional	<p>Recomendación</p> <p>Incentivos</p> <p>Medios digitales</p> <p>Participar en encuestas</p> <p>Seguimiento</p> <p>Cubre las necesidades</p> <p>Retorno de atención</p>	9 – 15		
¿Cuál es el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?	Conocer el impacto de la capacidad de respuesta en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.							
¿Cuál es el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?	Conocer el impacto de la seguridad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019.							

¿Cuál es el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019?	Rosario, Lima 2019. Conocer el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019	fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019 H5: Existe el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019 HO: No existe el impacto de la fiabilidad en la fidelización de los usuarios del Policlínico Virgen del Rosario, Lima 2019						
Tipo y diseño de investigación			Población y muestra			Técnica e instrumentos		
La presente investigación tiene un Enfoque: Cuantitativo – Correlacional Tipo: Básica Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental Temporalidad: Transversal			Población: La población está constituida por 120 usuarios que asisten al policlínico Virgen del Rosario en el mes de mayo del 2019. Muestra: La muestra fue constituida por los usuarios que acudieron al policlínico en los días de lunes a sábado, en el turno de la mañana. Muestreo: Siendo un total de 92 personas.			Se realizará la recolección de datos del proyecto mediante la encuestas.		

Anexo 2: Instrumentos.

Instrumento 1: Calidad De Servicio

Marque con una X la respuesta que Ud. Crea conveniente

Edad: _____

Género: M ☐ 1 F ☐ 2

Grado de instrucción: Ninguno ☐ 1 Primario ☐ 2 Secundario ☐ 3 ☐ 4 Superior

CALIDAD DE SERVICIO		1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Ni de acuerdo Ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo				
TANGIBILIDAD		1	2	3	4	5
1	¿El Policlínico cuenta con equipos modernos y materiales necesarios para brindarle un buen servicio?					
2	¿Las instalaciones son cómodas y visualmente atractivas?					
3	¿Los trabajadores están bien presentados y organizados?					
4	¿Los folletos, difusión y publicidad son visualmente atractivos y sencillos para usted?					
EMPATIA						
5	¿Los trabajadores entienden sus necesidades y muestran sincero interés en ayudarlo?					
6	¿Los trabajadores lo tratan con amabilidad, paciencia y respeto?					
7	¿El Policlínico se preocupa por su necesidad y comodidad?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8	¿El personal realiza los procedimientos con facilidad y rapidez sin ocasionar incomodidad en el usuario (Rapidez, precisión)?					
9	¿Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudar?					
10	¿La atención es rápida y efectiva?					
SEGURIDAD						
11	¿Los trabajadores le inspiran confianza?					
12	¿Durante su atención en consultorio se respeta su privacidad?					
13	¿Siente seguridad al ingresar al Policlínico?					
FIABILIDAD						
14	¿La atención se realiza en el horario programado?					
15	¿Los profesionales de salud tienen conocimientos suficientes para resolver sus inquietudes y dar solución a sus problemas de salud?					
16	¿Cuándo le prometen algo en un tiempo determinado, lo cumplen?					
17	¿El personal tiene sus datos bien registrados?					

Instrumento 2: Fidelización Del Usuario

Marque con una X la respuesta que Ud. Crea conveniente

Edad: _____

Género: M ☐ 1 F ☐ 2

Grado de instrucción: Ninguno ☐ 1 Primario ☐ 2 Secundario ☐ 3 Superior ☐ 4

FIDELIZACIÓN		1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Ni de acuerdo Ni en desacuerdo 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo				
CULTURA DE LA EMPRESA		1	2	3	4	5
1	¿El tiempo de espera para acceder a una atención es tolerable?					
2	¿Los servicios ofrecidos por el Policlínico, fueron adecuados para usted?					
3	¿En su atención, aclararon todas sus dudas y le explicaron el diagnóstico y plan de tratamiento?					
4	¿El Policlínico le ofreció el tratamiento que usted necesitaba?					
EXPERIENCIA DEL USUARIO						
5	¿Fue grato para usted el proceso de atención dentro del Policlínico?					
6	¿Considera que el personal le brinda un buen trato y atienden todas sus necesidades?					
7	¿El personal de salud le brinda confianza en sus atenciones?					
8	¿El Policlínico le permite realizar sugerencias?					
ESTRATEGIA RELACIONAL						
9	¿Recomendaría los servicios ofrecidos por el Policlínico a sus amigos y familiares?					
10	¿El Policlínico retribuye a su preferencia, brindándole algún beneficio para usted y/o sus familiares?					
11	¿Se enteró de alguna actividad brindada (charlas, talleres) por el Policlínico mediante llamadas telefónicas, mensajes o afiches en medios digitales?					
12	¿Participo en algún estudio o encuesta sobre calidad de servicio?					
13	Al culminar su tratamiento ¿Recibió alguna llamada telefónica o mensaje por parte del Policlínico para saber si se sintió satisfecho con el tratamiento realizado?					
14	¿El tratamiento realizado cubre sus necesidades y expectativas?					
15	De necesitar sus servicios, ¿Optaría por volver al Policlínico?					

Anexo 3: Validez de los instrumentos

Anexo 6: Certificado de Validez de Instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DEL SERVICIO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DEL SERVICIO								
Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD								
1	La clínica cuenta con equipos modernos y materiales necesarios para brindarle un buen servicio	X		X		X		
2	Las instalaciones son cómodas y visualmente atractivas	X		X		X		
3	Los trabajadores están bien presentados y organizados.	X		X		X		
4	Los folletos, difusión y publicidad son visualmente atractivos y sencillos para usted.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EMPATIA								
5	Los trabajadores entienden sus necesidades y muestran un sincero interés en ayudarlo	X		X		X		
6	Los trabajadores lo tratan con amabilidad, paciencia y respeto.	X		X		X		
7	La Clínica se preocupa por su necesidad y comodidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE RESPUESTA								
8	El personal realiza los procedimientos con facilidad y rapidez sin ocasionar incomodidad en el usuario (Rapidez, precisión)	X		X		X		
9	Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudar.	X		X		X		
10	La atención es rápida y efectiva.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD								
11	Los trabajadores le inspiran confianza.	X		X		X		
12	Durante su atención en consultorio, se respeta su privacidad.	X		X		X		
13	Siente seguridad al ingresar a la Clínica.	X		X		X		
DIMENSION 5: FIABILIDAD								
14	La atención se realiza en el horario programado.	X		X		X		
15	Los profesionales de salud tienen conocimientos suficientes para resolver sus inquietudes y dar solución a sus problemas de salud.	X		X		X		
16	Cuándo le prometen algo en un tiempo determinado, lo cumplen.	X		X		X		
17	El personal tiene sus datos bien registrados	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ☒ [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. Salud Pública David Lira DNI: 29603960

Especialidad del validador, Neurología

22 de junio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma]
David Lira Alvarado
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: CULTURA DE LA EMPRESA								
1	El tiempo de espera para acceder a una atención es tolerable.	X		X		X		
2	Los servicios ofrecidos por la clínica fueron adecuados para Ud.	X		X		X		
3	En su atención aclararon todas sus dudas y le explicaron el diagnóstico y plan de tratamiento.	X		X		X		
4	La clínica le ofreció el tratamiento que Ud., necesitaba.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIA DEL CLIENTE								
5	Fue grato para Ud., el proceso de atención dentro de la clínica.	X		X		X		
6	Considera que el personal le brinda un buen trato y atiende todas sus necesidades.	X		X		X		
7	El personal de salud le brinda confianza en sus atenciones.	X		X		X		
8	La clínica le permite realizar sugerencias.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIA RELACIONAL								
9	Recomendaría los servicios ofrecidos por la clínica a sus amigos o familiares	X		X		X		
10	La clínica retribuye a su preferencia, brindándole algún beneficio para Ud. y/o familiares.	X		X		X		
11	Se enteró de alguna actividad brindada (charlas, talleres) por la clínica mediante llamadas telefónicas, mensajes o afiches en medios digitales.	X		X		X		
12	Participó en algún estudio o encuesta sobre calidad de servicio.	X		X		X		
13	Al culminar su tratamiento recibió alguna llamada telefónica o mensaje por parte de la clínica para saber si se sintió satisfecho con el tratamiento realizado.	X		X		X		
14	El tratamiento realizado cubre sus necesidades y expectativas.	X		X		X		
15	De necesitar sus servicios, optaría por volver a la clínica.	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. Mg. Salud Pública Ovará Ciro

DNI: 29603960

Especialidad del validador: Neurología

22, de Junio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante:
PAULA RODRIGUEZ

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DEL SERVICIO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD								
1	La clínica cuenta con equipos modernos y materiales necesarios para brindarle un buen servicio	X		X		X		
2	Las instalaciones son cómodas y visualmente atractivas	X		X		X		
3	Los trabajadores están bien presentados y organizados.	X		X		X		
4	Los folletos, difusión y publicidad son visualmente atractivos y sencillos para usted.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EMPATIA								
5	Los trabajadores entienden sus necesidades y muestran un sincero interés en ayudarlo	X		X		X		
6	Los trabajadores lo tratan con amabilidad, paciencia y respeto.	X		X		X		
7	La Clínica se preocupa por su necesidad y comodidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE RESPUESTA								
8	El personal realiza los procedimientos con facilidad y rapidez sin ocasionar incomodidad en el usuario (Rapidez, precisión)	X		X		X		
9	Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudar.	X		X		X		
10	La atención es rápida y efectiva.	X		X		X		
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD								
11	Los trabajadores le inspiran confianza.	X		X		X		
12	Durante su atención en consultorio, se respeta su privacidad.	X		X		X		
13	Siente seguridad al ingresar a la Clínica.	X		X		X		
DIMENSION 5: FIABILIDAD								
14	La atención se realiza en el horario programado.	X		X		X		
15	Los profesionales de salud tienen conocimientos suficientes para resolver sus inquietudes y dar solución a sus problemas de salud.	X		X		X		
16	Cuándo le prometen algo en un tiempo determinado, lo cumplen.	X		X		X		
17	El personal tiene sus datos bien registrados	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Resuelto, doy por aprobado

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Nilton Custodio Capuray DNI: 07451208

Especialidad del validador: NEUROLOGO

22 de Junio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: CULTURA DE LA EMPRESA								
1	El tiempo de espera para acceder a una atención es tolerable.	X		X		X		
2	Los servicios ofrecidos por la clínica fueron adecuados para Ud.	X		X		X		
3	En su atención aclararon todas sus dudas y le explicaron el diagnóstico y plan de tratamiento.	X		X		X		
4	La clínica le ofreció el tratamiento que Ud. necesitaba.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIA DEL CLIENTE								
5	Fue grato para Ud., el proceso de atención dentro de la clínica.	X		X		X		
6	Considera que el personal le brinda un buen trato y atiende todas sus necesidades.	X		X		X		
7	El personal de salud le brinda confianza en sus atenciones.	X		X		X		
8	La clínica le permite realizar sugerencias.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIA RELACIONAL								
9	Recomendaría los servicios ofrecidos por la clínica a sus amigos o familiares.	X		X		X		
10	La clínica retribuye a su preferencia, brindándole algún beneficio para Ud. y/o familiares.	X		X		X		
11	Se enteró de alguna actividad brindada (charlas, talleres) por la clínica mediante llamadas telefónicas, mensajes o afiches en medios digitales.	X		X		X		
12	Participó en algún estudio o encuesta sobre calidad de servicio.	X		X		X		
13	Al culminar su tratamiento recibió alguna llamada telefónica o mensaje por parte de la clínica para saber si se sintió satisfecho con el tratamiento realizado.	X		X		X		
14	El tratamiento realizado cubre sus necesidades y expectativas.	X		X		X		
15	De necesitar sus servicios, optaría por volver a la clínica.	X		X		X		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): observaciones resueltas. Day por aprobado

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.(Mg): Nilton Custodio Cepuniz DNI: 07481207

Especialidad del validador: Neurología

22 de Junio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DEL SERVICIO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevanci a ²		Claridad ³		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
1	La clínica cuenta con equipos modernos y materiales necesarios para brindarle un buen servicio	✓		✓		✓		
2	Las instalaciones son cómodas y visualmente atractivas	✓		✓		✓		
3	Los trabajadores están bien presentados y organizados.	✓		✓		✓		
4	Los folletos, difusión y publicidad son visualmente atractivos y sencillos para usted.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No	
5	Los trabajadores entienden sus necesidades y muestran un sincero interés en ayudarlo	✓		✓		✓		
6	Los trabajadores lo tratan con amabilidad, paciencia y respeto.	✓		✓		✓		
7	La Clínica se preocupa por su necesidad y comodidad.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 3. CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
8	El personal realiza los procedimientos con facilidad y rapidez sin ocasionar incomodidad en el usuario (Rapidez, precisión)	✓		✓		✓		
9	Los trabajadores están siempre dispuestos a ayudar.	✓		✓		✓		
10	La atención es rápida y efectiva.	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
11	Los trabajadores le inspiran confianza.	✓		✓		✓		
12	Durante su atención en consultorio, se respeta su privacidad.	✓		✓		✓		
13	Siente seguridad al ingresar a la Clínica.	✓		✓		✓		
	DIMENSION 5: FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
14	La atención se realiza en el horario programado.	✓		✓		✓		
15	Los profesionales de salud tienen conocimientos suficientes para resolver sus inquietudes y dar solución a sus problemas de salud.	✓		✓		✓		
16	Cuándo le prometen algo en un tiempo determinado, lo cumplen.	✓		✓		✓		
17	El personal tiene sus datos bien registrados	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☐] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Vera Osorio, Joaquín DNI: 10135482

Especialidad del validador: Psicólogo

... de ... del 20...18

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE FIDELIZACION

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: CULTURA DE LA EMPRESA								
1	El tiempo de espera para acceder a una atención es tolerable.	✓		✓		✓		
2	Los servicios ofrecidos por la clínica fueron adecuados para Ud.	✓		✓		✓		
3	En su atención aclararon todas sus dudas y le explicaron el diagnóstico y plan de tratamiento.	✓		✓		✓		
4	La clínica le ofreció el tratamiento que Ud. , necesitaba.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 2: EXPERIENCIA DEL CLIENTE								
5	Fue grato para Ud. , el proceso de atención dentro de la clínica.	✓		✓		✓		
6	Considera que el personal le brinda un buen trato y atiende todas sus necesidades.	✓		✓		✓		
7	El personal de salud le brinda confianza en sus atenciones.	✓		✓		✓		
8	La clínica le permite realizar sugerencias.	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN 3: ESTRATEGIA RELACIONAL								
9	Recomendaría los servicios ofrecidos por la clínica a sus amigos o familiares	✓		✓		✓		
10	La clínica retribuye a su preferencia, brindándole algún beneficio para Ud. y/o familiares.	✓		✓		✓		
11	Se enteró de alguna actividad brindada (charlas, talleres) por la clínica mediante llamadas telefónicas, mensajes o afiches en medios digitales.	✓		✓		✓		
12	Participó en algún estudio o encuesta sobre calidad de servicio.	✓		✓		✓		
13	Al culminar su tratamiento recibió alguna llamada telefónica o mensaje por parte de la clínica para saber si se sintió satisfecho con el tratamiento realizado.	✓		✓		✓		
14	El tratamiento realizado cubre sus necesidades y expectativas.	✓		✓		✓		
15	De necesitar sus servicios, optaría por volver a la clínica.	✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Drl Mg: *Vélez Dorra, Joaquin* DNI: *10735722*

Especialidad del validador: *Metodólogo*

02 de *Jun* del 20*18*

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 4: Matriz de datos: Excel

Sujetos	Edad	Género	Grado-Instruc	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	Cultura de la e	Experiencia de	Estrategia Re	Fidelización c	CD1	CD2	CD3	CD4	CD5	CD6	CD7	CD8	CD9	CD10	CD11	CD12	CD13	CD14	CD15	CD16	CD17	Elementos T	Empatía	Capacidad d	Seguridad	Fiabilidad	Calidad de atención.	
1	28	2	1	4	4	3	5	5	3	4	3	3	1	1	1	1	4	5	16	15	16	47	1	1	1	4	5	5	5	3	4	3	3	1	4	4	3	5	3	7	15	10	8	15	55	
2	21	2	4	5	4	3	4	3	4	5	5	3	1	1	1	1	4	5	16	17	16	49	1	1	1	4	5	4	3	4	5	5	3	1	5	4	3	3	4	7	12	14	9	14	56	
3	47	2	3	3	2	4	4	5	4	3	4	5	2	1	1	1	4	5	13	16	19	48	1	1	1	4	5	4	5	4	3	4	5	2	3	2	4	5	4	7	14	11	10	15	57	
4	28	1	4	2	4	5	4	4	4	3	5	4	1	1	2	2	5	4	15	16	19	50	1	2	2	5	4	4	4	4	3	5	4	1	2	4	5	4	4	10	12	12	7	17	58	
5	25	1	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	1	2	1	1	4	4	19	17	20	56	1	2	1	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	8	14	12	13	19	66	
6	34	2	3	4	4	4	2	4	4	5	5	4	1	2	2	1	4	5	14	18	19	51	2	2	1	4	5	2	4	4	5	5	4	1	4	4	4	4	4	9	11	14	9	16	59	
7	22	1	3	2	4	5	4	4	3	3	2	4	4	1	3	4	4	3	15	12	23	50	1	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	2	4	5	4	3	12	11	8	10	16	57	
8	25	2	4	3	4	4	5	3	5	4	4	5	2	1	2	2	5	4	16	16	21	53	1	2	2	5	4	5	3	5	4	4	5	2	3	4	4	3	5	10	12	13	10	16	61	
9	27	2	3	5	3	4	5	5	5	4	4	5	3	2	1	2	3	4	17	18	20	55	2	1	2	3	4	5	5	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	8	14	13	13	17	65	
10	32	2	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	3	1	4	4	5	5	16	18	27	61	1	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	5	14	13	14	11	18	70
11	21	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	1	2	2	4	5	17	17	22	56	1	2	2	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	9	14	13	12	17	65	
12	34	1	4	2	3	3	4	5	5	3	5	4	1	1	4	4	4	12	18	23	53	1	1	4	4	4	4	5	5	3	5	4	2	3	3	5	5	10	13	13	11	16	63			
13	29	1	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	2	2	2	2	4	4	17	19	20	56	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	5	4	4	4	5	10	12	15	11	17	65
14	28	1	2	5	5	4	5	4	4	5	5	5	1	1	2	2	5	5	19	18	21	58	1	2	2	5	5	5	4	4	5	5	5	1	5	5	4	4	4	10	14	14	11	17	66	
15	47	1	3	5	4	4	4	3	3	3	5	5	2	2	4	4	3	3	17	14	23	54	2	4	4	3	3	4	3	3	3	5	2	5	4	4	3	3	13	10	11	12	14	60		
16	41	1	1	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	14	15	25	54	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	13	10	12	11	15	61	
17	26	2	3	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	1	5	1	4	4	16	18	25	59	1	5	1	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	11	12	15	15	14	67	
18	39	2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	1	1	2	2	5	5	19	18	19	56	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	3	1	5	5	5	4	4	10	13	13	14	9	18	64
19	38	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	1	1	5	5	5	5	18	16	27	61	1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	1	5	5	4	4	4	16	13	12	11	17	69	
20	28	2	3	5	4	5	3	5	3	4	4	5	1	1	4	2	5	4	17	16	22	55	1	4	2	5	4	3	5	3	4	4	5	1	5	4	5	5	3	12	12	11	11	17	63	
21	29	1	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	1	1	3	2	4	5	19	16	21	56	1	3	2	4	5	5	4	4	3	5	5	1	5	4	5	4	4	10	14	12	11	17	64	
22	26	2	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2	5	5	20	19	23	62	2	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	11	15	14	12	20	72	
23	33	1	3	4	5	4	3	4	3	4	3	5	2	2	3	2	5	4	16	14	23	53	2	3	2	5	4	3	4	3	4	3	5	2	4	5	5	4	4	3	12	11	10	11	16	60
24	37	1	4	5	5	2	5	5	4	3	4	5	1	1	2	2	4	4	17	16	19	52	1	2	2	4	4	5	5	4	3	4	5	1	5	5	2	5	4	9	14	11	11	16	61	
25	44	1	3	5	4	4	4	3	3	4	1	5	5	1	1	1	3	2	17	11	18	46	1	1	1	3	2	4	3	3	4	1	5	5	5	4	4	3	3	6	9	8	15	14	52	
26	55	2	3	5	5	2	4	5	5	2	5	4	2	1	1	3	5	5	16	17	21	54	1	1	3	5	5	4	5	5	2	5	4	2	5	5	2	5	5	10	14	12	11	17	64	
27	49	1	3	5	4	5	5	3	4	4	2	5	2	2	2	4	5	5	19	13	25	57	2	2	4	5	5	5	3	4	4	2	5	2	5	4	5	3	4	13	13	10	12	16	64	
28	37	2	3	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	1	4	1	4	4	17	17	23	57	1	4	1	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	3	4	3	10	12	13	14	15	64	
29	25	2	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	1	2	1	1	5	5	15	19	20	54	2	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	1	3	3	4	4	5	9	14	15	9	16	63	
30	42	2	3	3	4	4	5	5	5	3	4	5	1	1	2	3	5	5	16	17	22	55	1	2	3	5	5	5	5	5	3	4	5	1	3	4	4	5	5	11	15	12	9	18	65	
31	27	1	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	5	5	18	16	23	57	2	2	2	5	5	4	4	4	4	5	2	5	4	5	4	4	11	13	12	12	17	65		
32	29	2	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	4	4	20	19	17	56	1	1	1	4	4	5	5	4	5	5	5	1	5	5	5	4	7	14	14	11	19	65		
33	25	1	4	5	3	3	3	4	4	3	5	3	1	1	1	2	4	3	14	16	15	45	1	1	2	4	3	3	4	4	3	5	3	1	5	3	3	4	4	8	10	12	9	14	53	
34	38	1	4	5	5	5	3	3	4	3	4	3	2	2	1	2	2	4	18	14	16	48	2	1	2	2	4	3	3	4	3	4	3	2	5	5	5	3	4	7	10	11	10	17	55	
35	49	2	4	2	3	4	5	5	5	5	3	5	2	1	2	2	5	4	14	18	21	53	1	2	2	5	4	5	5	5	5	3	5	2	2	3	4	5	5	10	14	13	9	17	63	
36	52	1	3	5	5	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	5	4	18	13	21	52	2	2	2	5	4	4	4	3	3	3	4	2	5	5	4	4	3	11	12	9	11	16	59	
37	31	2	3	4	4	3	5	4	4	3	5	3	2	2	3	2	5	5	16	16	22	54	2	3	2	5	5	5	4	4	3	5	3	2	4	4	3	4	4	12	14	12	9	15	62	
38	25	1	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	3	19	15	19	53	2	2	2	4	3	5	3	4	4	4	4	2	5	5	4	3	4	10	11	12	11	16	60	
39	28	1	4	4	5	5	3	3	2	4	5	5	5	3	4	1	5	5	17	14	28	59	3	4	1	5	5	3	3	2	4	5	5	5	4	5	5	3	2	13	11	11	14	15	64	
40	47	1	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	1	1	2	2	5	5	16	19	20	55	1	2	2	5	5	5	5	5	4	4	1	4	4	3	5	5	10	15	14	9	17	65		
41	42	2	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	2	3	2	2	5	3	18	19	22	59	3	2	2	5	3	3	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	12	11	14	12	19	68		

51	29	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	1	2	2	1	4	5	17	16	20	53	2	2	1	4	5	4	4	4	4	5	1	4	4	5	4	4	9	13	12	10	17	61			
52	63	1	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	1	2	2	1	4	5	17	15	20	52	2	2	1	4	5	4	4	4	3	4	5	1	4	4	5	4	4	9	13	11	10	17	60	
53	36	1	3	4	5	4	5	4	4	4	5	1	2	2	1	4	5	18	16	20	54	2	2	1	4	5	5	4	4	4	4	5	1	4	5	4	4	4	9	14	12	10	17	62		
54	41	2	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	1	2	2	1	4	5	17	17	20	54	2	2	1	4	5	4	5	4	4	4	5	1	4	4	5	5	4	9	14	12	10	18	63	
55	32	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	1	2	2	1	4	5	17	16	20	53	2	2	1	4	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	9	14	12	10	16	61		
56	28	2	3	4	4	5	4	4	3	4	4	1	2	2	1	1	4	4	17	15	15	47	2	1	1	4	4	4	4	3	4	4	1	2	4	4	5	4	3	8	12	11	7	16	54	
57	21	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	2	1	4	5	16	16	19	51	1	2	1	4	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	8	13	12	10	16	59		
58	60	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	1	1	3	1	4	5	17	16	20	53	1	3	1	4	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	5	4	4	9	13	12	10	17	61		
59	55	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	2	1	3	1	4	5	17	16	21	54	1	3	1	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	9	13	12	11	17	62		
60	50	2	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	1	2	1	4	5	16	15	19	50	1	2	1	4	5	4	4	4	4	3	5	1	4	4	4	4	4	8	13	11	10	16	58		
61	36	1	3	4	4	5	4	4	4	3	5	1	1	3	1	4	5	17	15	20	52	1	3	1	4	5	5	4	4	4	3	5	1	4	4	4	4	4	9	14	11	10	16	60		
62	32	2	4	4	5	4	4	4	4	3	5	1	2	3	1	4	5	17	15	21	53	2	3	1	4	5	4	4	4	4	3	5	1	4	4	5	4	4	10	13	11	10	17	61		
63	28	1	4	4	4	5	4	4	4	4	5	1	2	1	2	4	5	17	16	20	53	2	1	2	4	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	9	14	12	10	16	61		
64	18	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	1	4	5	17	16	18	51	1	1	1	4	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	5	4	4	7	13	12	10	17	59		
65	45	2	3	4	4	5	5	4	4	4	5	1	1	2	1	4	5	17	17	19	53	1	2	1	4	5	5	5	4	4	4	5	1	4	4	4	5	4	8	15	12	10	17	62		
66	30	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	2	1	4	5	16	16	19	51	1	2	1	4	5	4	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	8	13	12	10	16	59		
67	70	1	2	4	4	4	5	4	4	4	5	1	1	1	1	4	5	17	16	18	51	1	1	1	4	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	7	14	12	10	16	59		
68	50	2	4	4	4	5	4	4	4	3	5	1	2	1	2	4	5	17	15	20	52	2	1	2	4	5	5	4	4	4	3	5	1	4	4	4	4	4	9	14	11	10	16	60		
69	45	2	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	1	2	1	2	4	5	17	15	20	52	2	1	2	4	5	4	4	4	4	3	5	1	4	4	5	4	4	9	13	11	10	17	60	
70	60	1	2	4	4	5	4	4	4	4	3	5	1	1	2	1	4	5	17	15	19	51	1	2	1	4	5	4	4	4	4	3	5	1	4	4	5	4	4	8	13	11	10	17	59	
71	48	1	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	1	2	2	1	4	5	18	16	20	54	2	2	1	4	5	5	4	4	4	4	5	1	4	4	5	4	4	9	14	12	10	17	62	
72	20	2	3	4	4	5	5	4	4	4	2	5	1	2	1	2	4	5	18	14	20	52	2	1	2	4	5	5	4	4	4	2	5	1	4	4	5	4	4	9	14	10	10	17	60	
73	33	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	2	1	2	3	4	5	17	15	22	54	1	2	3	4	5	4	4	3	4	4	5	2	4	4	5	4	3	10	13	11	11	16	61	
74	28	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	2	1	1	2	4	5	17	16	20	53	1	1	2	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	8	13	12	11	17	61		
75	20	2	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	1	1	1	1	4	5	18	15	18	51	1	1	1	4	5	5	4	3	4	4	5	1	4	4	5	4	3	7	14	11	10	16	58	
76	48	2	4	4	4	4	5	4	4	3	5	2	1	1	2	4	5	16	16	20	52	1	1	2	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	4	5	4	8	14	11	11	17	61		
77	60	2	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	3	1	2	3	4	5	18	15	23	56	1	2	3	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	10	14	11	12	17	64	
78	35	1	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	2	1	3	4	5	17	15	23	55	2	1	3	4	5	5	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	10	14	11	12	16	63	
79	45	1	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5	2	1	1	2	3	5	15	14	19	48	1	1	2	3	5	4	4	3	4	3	5	2	4	3	4	4	3	7	13	10	11	14	55	
80	30	2	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	1	1	2	2	3	5	18	14	19	51	1	2	2	3	5	5	4	3	4	3	5	1	4	5	4	4	3	8	14	10	10	16	58	
81	25	2	3	4	4	5	5	4	3	4	3	5	2	1	2	1	4	5	18	14	20	52	1	2	1	4	5	5	4	3	4	3	5	2	4	4	5	4	3	8	14	10	11	16	59	
82	35	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	17	16	29	62	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	16	13	12	12	17	70		
83	31	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	16	15	23	54	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	11	12	11	12	16	62		
84	25	2	4	2	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	1	4	2	4	14	19	22	55	3	1	4	2	4	3	5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	10	12	12	14	10	19	65	
85	36	2	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	2	2	5	4	5	19	18	27	64	2	2	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	13	15	13	13	20	74			
86	24	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	5	16	16	25	57	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	12	13	12	12	16	65		
87	27	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	16	16	20	52	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	9	12	12	11	16	60		
88	44	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	3	1	3	5	5	5	19	19	27	65	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	14	15	14	13	19	75		
89	40	2	4	2	4	5	3	4	3	5	2	5	3	1	1	1	3	5	14	14	19	47	1	1	1	3	5	3	4	3	5	2	5	3	2	4	5	4	3	6	12	10	10	16	54	
90	27	2	4	4	5	4	5	5	4	4	5	1	1	1	1	4	4	18	17	17	52	1	1	1	4	4	5	5	4	4	4	5	1	4	5	4	5	4	7	14	12	10	18	61		
91	55	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	3	15	15	22	52	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	11	11	11	12	15	60	
92	26	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4	14	15	22	51	2	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	11	11	11	11	15	59

Anexo 5: Autorización.

 **POLICLÍNICO
VIRGEN DEL ROSARIO**
ECOGRAFÍA 2D-4D, DOPPLER, ANÁLISIS CLÍNICOS, RADIOGRAFÍAS, CONSULTORIOS DE MEDICINA, OBSTETRICIA, ODONTOLOGÍA

Lima, 06 de Mayo del 2019

Lic. Jazmine Peratta LLontop


De nuestra consideración:

Me es grato dirigirme a usted con la finalidad de saludarla, así mismo dar respuesta a su solicitud de aprobación de la Tesis titulada: "Impacto en la calidad de atención en la fidelización de los usuarios en el Policlínico Virgen del Rosario, año 2019", para optar el grado de Magister en Gestión de los Servicios de la Salud en la Universidad Cesar Vallejo, la cual ha sido APROBADA.

Le agradecemos nos haga llegar el cronograma de actividades de la investigación, así como una copia del informe final de la tesis, para que nos permita conocer la información recogida y poderla emplear como mejora para nuestra institución.

Sin otro particular, me despido de usted.

Atentamente,


Dra. Maria E. Milla Fernandez
Directora del Policlínico Virgen del Rosario

Av. Túpac Amaru 5044 (ex 1280) 3º piso - Km 11 Comas (Frente a la Comisaría de Comas) Telf.: 542 - 8196
www.policlinicovirgendelrosario.com facebook.com/policlinicovirgendelrosario

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dr. Vertiz Osorez Jacinto Joaquín, docente de la Escuela de Postgrado de la UCV y revisor del trabajo académico titulado **Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del “Policlínico Virgen del Rosario”, Lima 2019**; de la estudiante **Peratta LLontop, Jazmine**; y habiendo sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin, he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud constato 22% verificable en el reporte de originalidad del programa turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Lima, 10 de Agosto de 2019



Dr. Vertiz Osorez Jacinto Joaquín
DNI: 16735482

Feedback Studio - Google Chrome
 en:turnitin.com/app/carta/67345ca180a159129511

Tesis de maestría 3ra entrega Jazmine P.

feedback studio

Resumen de coincidencias

22 %

Coincidencia 1 de 117
 Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida...	12 %	>
2	www.repositoriacadem...	1 %	>
3	repositorio.uca.edu.pe	1 %	>
4	cnqlima.org.pe	<1 %	>
5	Entregado a Universida...	<1 %	>

Activar Windows
 Ver 6 xbybentis.unsam.edu...

Página: 1 de 53 Número de palabras: 6430

Text-only Report High Resolution Activado

5:34 p.m. 10/03/2019

ESCUELA DE POSGRADO
 PROGRAMA ACADÉMICO EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

Impacto de la calidad de atención en la fidelización de los usuarios del "Policlínico Virgen del Rosario", Lima 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
 Maestría en Gestión de los Servicios de la Salud

AUTORA:
 Br. Jazmine Peratta LLontop
 (ORCID: 0000-0002-1367-1087)

ASESOR:
 Dr. Jacinto Joaquín Vértiz Osorio



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Feralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

PERATTA LLONTOP JAZMINE

D.N.I. :

76674019

Domicilio :

AV. TUPAC AMARU # 1262 Km. 11 COMAS

Teléfono :

Fijo 5325151

Móvil 962287443

E-mail :

Jazmine_Peratta@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☐ Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

☒ Tesis de Posgrado

☒ Maestría

☐ Doctorado

Grado :

MAESTRA

Mención: GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

PERATTA LLONTOP JAZMINE

Título de la tesis:

IMPACTO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN LA
FIDELIZACIÓN DE LOS USUARIOS DEL POLICLINICO
VIRGEN DEL ROSARIO, LIMA 2019

Año de publicación :

2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte,
a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha: 1º octubre 2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

JAZMINE PERATTA LLONTOP

INFORME TITULADO:

IMPACTO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN DE LA FEDERALIZACIÓN
DE LOS USUARIOS DEL POLICLINICO VIRGEN DEL ROSARIO
LIMA 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD

SUSTENTADO EN FECHA: 16 de Agosto 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR MAYORÍA



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN